

## 一、你所在的行业，常用的数据分析指标有哪些？

供应链系统数据分析指标如下所示：

### 1、采购相关指标

(1)库存周转率。库存周转率是在某一时间段内库存货物周转的次数，是反映库存周转快慢程度的指标，又叫库存周转次数。周转率越大表明销售情况越好。

(2)库存周转天数。库存周转天数是指企业从取得产品入库开始，至消耗、销售为止所经历的天数。周转天数越少，说明零库存/存货变现的速度越快。(但是，存货过少不能满足流转需要，所以存货周转天数不是越少越好)

(3)订单库存满足率。订单库存满足率指当顾客发出某个订单需求时，库存系统中有该订单中的所有产品，能够立刻满足顾客需求的百分率。满足率越低，那么缺货的概率就越大(但不代表一定会缺货)。

(4)仓储缺货率。仓储缺货率反映了物流仓储因货物采购存储不足或管理不善，导致对客户需求的影響程度的信息。

(5)安全库存量。安全库存量是为防止未来物资供应或需求的不确定性因素(如大量突发性订货、交货意外中断或突然延期等)而准备的缓冲库存。其大小取决于供应和需求的不确定性、顾客服务水平(或订货满足率)，以及缺货成本和库存持有成本。

(6)采购提前期。采购提前期指商品采购需要的时间，从下采购单，到供应商备货、供应商送货目标库房、库房入库的全周期；

## 2、仓储相关指标

(1) 仓库物资吞吐量。指仓库货物的吞吐量，就是货物进来、出去的所有数量，它反映期内仓库的工作量和收发能力。

(2) 收发货差错率。收发货差错率是指计算期收发货差错累计条目数与同期收发货总条目数之间的比率。它反映仓库收发货的准确程度，也是衡量仓库商品进出的工作质量指标。

(3) 库容量。库容量是指仓库能容纳物品的数量，是评价仓库质量的指标之一。库容量是仓库内除去必要的通道和间隙后所能堆放物品的最大数量。

(4) 仓库面积利用率。仓库面积利用率是仓库可利用面积与仓库建筑总面积的比率。仓库面积利用率是衡量仓库利用程度的重要指标，是反映仓库管理工作水平的主要经济指标之一。

(5) 仓库容量利用率。仓库容量利用率是库存商品实际数量或容积与仓库应存放数量或容积的比率。仓库容量利用率越高，代表库房实用面积利用率越高。

(6) 库存准确性。库存准确率是实物库存与账面库存一致的条目比例，它反映了库房的管理水平，与入库、出库、库内管理等任一个影响实物库存变化的因素直接相关。

## 3、销售相关指标

(1) 订单及时交付率。订单及时交付率是企业能按照承诺时间将订单交付给客服的比率。是企业满足客户的关键指标，直接影响企业信誉度和订单数量。

(2) 订单退货率。退货率是指产品售出后由于各种原因被退回的比例。订单退货率是侧面表达服务\商品质量\商品价格的指标。

(3) 订单履约时效。履约时效是从订单下单，到包裹送到客户手中签收的整个周期时间。从订单履约时效能反映出企业的仓储作业能力、物流配送能力、系统流转能力。若履约时效过长，应该具体分析是哪个环节出现的问题，针对性优化。

(4) 订单拆单率。当一张订单中的商品无法从一个库房发出时，就需要拆分为多张订单从不同的库房发出。拆单率反应了库存分布的合理性，拆单率高，随之带来的物流成本也会上升，由于用户要收多次包裹，用户体验也随之下降。

(5) 坪效。坪效一般针对门店或店仓一体进行销量考量的指标，指每坪的面积可以产出多少营业额。坪效代表着一个门店面积的生产力，而生产力说明着效率。坪效越高，说明门店的经营状况越好。

#### 4、财务相关指标

(1) 毛利率。毛利率是毛利与销售收入(或营业收入)的百分比。毛利率反映的是一个商品经过生产转换内部系统以后增值的那一部分，也就是说，增值的越多毛利自然就越多。

(2) 净利率。指企业实现净利润(当期利润总额减去所得税后的金额, 即企业的税后利润)与销售收入的对比关系, 用以衡量企业在一定时期的销售收入获取的能力。该指标费用能够取得多少营业利润。

(3) 存货成本。存货成本是存货在订货、购入、储存过程中所发生的各种费用, 以及存货短缺造成的经济损失。它一般包括:

(4) 应付应收账款。应付账款为购买原材料(销售成本)而待支付的部分, 应收账款则是销售收入待收回的部分, 在利润表体现了但是没能实现的收支。

(5) 产需率。产需率是指在一定时间内, 企业已生产的产品数量与其用户对该产品的需求量的比值。

## 二、Google 搜索引擎是如何对搜索结果进行排序的？

PageRank 是 Google 发明的用来衡量网页质量的, 将无序的网页们变得有序, 让 Google 的搜索结果大大领先于别的搜索引擎, 那么,

PageRank 到底是如何发挥作用的呢? 总结如下四点:

1. 引导爬虫优先爬取高质量的网页。从一些种子网页出发, 提取所有的链接, 计算所有链接网页的 PageRank, 并排序, 然后, 爬虫可以按照 PageRank 的高低, 择优爬取, 很难爬取千亿级别的所有网页。那么, 能够保证接下来索引的网页集合是高质量, 尽可能少的作弊网页。
2. 提高搜索结果排序。在相关性差不多的情况下, PageRank 高的排在前。常用的做法是将 PageRank 作为一个因子和相关性分数相

乘得到最后的排序分数。

3. 保证高质量网页能检索出来。每个网页都有一个 ID, ID 按照 PageRank 来 assign 的, 越高质量的网页被 assign 越小的 ID。索引是根据 ID 排序的, 那么检索时, 只要检查前面的千或万个网页就行, 不用检查所有含有某个词的网页, 而且在响应时间要求下, 也是不可能的。
4. 锚文本的重要性。锚文本在搜索引擎中起到了举足轻重的作用, 但不是所有的锚文本都是一样重要的, 从高质量网页 (high PageRank) 出来的锚文本更重要, 搜索结果排序时作用更大。

PageRank 有效地利用了 Web 所拥有的庞大链接构造的特性。从网页 A 导向网页 B 的链接被看作是对页面 A 对页面 B 的支持投票, Google 根据这个投票数来判断页面的重要性。可是 Google 不单单只看投票数(即链接数), 对投票的页面也进行分析。「重要性」高的页面所投的票的评价会更高, 因为接受这个投票页面会被理解为「重要的物品」。

根据这样的分析, 得到了高评价的重要页面会被给予较高的 Page Rank(网页等级), 在检索结果内的名次也会提高。PageRank 是 Google 中表示网页重要性的综合性指标, 而且不会受到各种检索(引擎)的影响。倒不如说, PageRank 就是基于对"使用复杂的算法而得到的链接构造"的分析, 从而得出的各网页本身的特性。

当然, 重要性高的页面如果和检索词句没有关联同样没有任何意义。为此 Google 使用了精练后的文本匹配技术, 使得能够检索出重要而且正确的页面。